

تجارت الکترونیکی و توسعه صادرات



موسسه تخصصی پژوهش‌های بازرگانی

تجارت الکترونیکی و توسعه صادرات

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی منتشر کرد : تجارت الکترونیکی و توسعه صادرات

با ورود فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به حوزه‌های تجاری، صنعتی و دولتی، زمینه‌های آرایه خدمات گسترده‌تر و با کیفیت بالاتر به شهروندان و بنگاه‌های اقتصادی فراهم شده است. فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیکی، از طریق بازارگرایی (توسعه بازارهای جدید، بهبود خدمات مشتری، توانایی تحلیل رقبا)، توان ساختاری (کارایی عملیاتی و بهبود فرایندها)، روابط، نوآوری، شایستگی نیروی انسانی و فرهنگ، بر بخش‌های مختلف اقتصادی تاثیر گذار است. با عنایت به این مساله، تجارت الکترونیکی در بسیاری از کشورها مورد توجه قرار گرفته است و کشورهای مختلف در صدد برآمده‌اند با بکارگیری این فناوری‌ها، در توسعه صادرات خود، جهشی عظیم ایجاد نمایند.

در این راستا، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی کتابی تحت عنوان «تجارت الکترونیکی و توسعه صادرات» را تدوین نموده است. در این کتاب سعی شده است ضمن بررسی تأثیر تجارت الکترونیکی بر توسعه صادرات (به ویژه توسعه صادرات خدمات)، با انجام تحلیلی علمی، مهمترین شاخص‌های موثر در توسعه صادراتی را شناسایی و شکاف بین وضع موجود و مطلوب تحلیل شود و در نهایت، بخش‌های مختلف خدماتی جهت بکارگیری تجارت الکترونیکی اولویت بندی شوند. بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد که بخش‌های توریسم، بیمه، خدمات فنی - مهندسی و ترانزیت، به ترتیب دارای بیشترین تأثیرپذیری از تجارت الکترونیکی می‌باشند.